

Dating-Plattformen | 11.01.2019 | Lesezeit 2 Min.

Tinder, Parship und Co.: Verliebt dank Netzwerkeffekt

Die Digitalisierung verändert nicht nur die Art, wie Menschen arbeiten, kommunizieren und konsumieren, sondern auch, wie sie ihren Partner finden. Dass Dating-Plattformen so erfolgreich sind, hängt vor allem mit ihren ökonomischen Eigenschaften zusammen.

Mehr als 200 Millionen Menschen tummeln sich weltweit jeden Monat auf digitalen Dating-Plattformen wie Tinder, Ok-Cupid und Parship, so das englische Wirtschaftsmagazin „The Economist“. In Deutschland nutzen laut Schätzungen der Match Group, die auch Tinder betreibt, 10 Prozent der Bevölkerung solche Angebote. Und die Nachfrage steigt rasant (Grafik):

Im Jahr 2018 gab es weltweit 3,8 Millionen zahlende Tinder-Nutzer - das waren neunmal so viele wie drei Jahre zuvor.

Dating-App: Millionen auf Partnersuche

Zahlende Nutzer der Dating-App
Tinder weltweit in Millionen

0,43

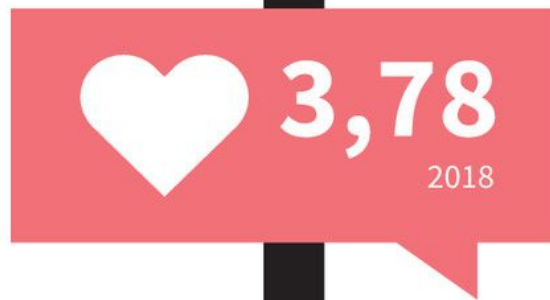
2015

1,26

2016

2,41

2017



Quellen: Statista, Match Group, Institut der deutschen Wirtschaft
© 2019 IW Medien / iwd

iwd

Der Boom der digitalen Plattformen lässt sich mit deren ökonomischen Eigenschaften erklären, allen voran ihren Netzwerkeffekten. Konkret heißt das: Der individuelle Nutzen einer Plattform verändert sich mit der Zahl der Teilnehmer.

So wird ein Dating-Portal für den einzelnen (heterosexuellen) Mann weniger attraktiv, wenn immer mehr Männer das Angebot nutzen - Konkurrenz ist schlecht fürs Geschäft. Wenn sich aber gleichzeitig mehr Frauen anmelden, weil für sie die Auswahl an potenziellen Partnern steigt, erhöht sich letztlich auch der Nutzen für den einzelnen Mann.

Durch Suchmasken und detaillierte Profile kann man sich online schnell und unverbindlich über eine große Zahl potenzieller Partner informieren. Das verringert die Suchkosten.

Hinzu kommt ein anderer Vorteil: Die Auswahl auf einer digitalen Plattform ist deutlich größer als in der Offline-Welt. Im Netz begegnen sich schließlich nicht nur die Freunde von Freunden und Menschen mit ähnlichen Hobbys, Jobs oder Wohnorten, sondern potenzielle Partner aus allen Regionen, Religionen und sozialen Schichten der Erde.

Wohl vor allem deshalb funktioniert das „Matching“ auf digitalen Plattformen besser als offline, wie Forscher der Universitäten von Chicago, Santa Monica und Harvard herausgefunden haben:

Laut einer Studie mit 20.000 US-Amerikanern werden Ehen zwischen Menschen, die sich online kennengelernt haben, seltener geschieden.

Die Vorteile der Partnersuche via Internet liegen auf der Hand: Suchmasken und detaillierte Profile machen es möglich, sich schnell und unverbindlich über eine große Zahl potenzieller Partner zu informieren. Das verringert die Suchkosten.

Die sozioökonomischen Effekte der digitalen Partnersuche sind dagegen weniger eindeutig: Einerseits können traditionelle Milieus aufbrechen, weil sich online auch Menschen treffen, die sich offline aufgrund von Wohnort oder Beruf wohl nie begegnet wären. Andererseits kann auch das Gegenteil eintreten, wenn Nutzer bestimmte Einkommens- oder Bildungslevel als Suchfilter wählen oder nur eine bestimmte Partei- oder Religionszugehörigkeit akzeptieren.

Unbestritten sind dagegen die ökonomischen Vorteile des Online-Datings für die Unternehmen:

Tinder war im September 2018 mit 1,31 Millionen Dollar nach Pokémon Go die umsatzstärkste iPhone-App in Deutschland.

Da ist es verständlich, dass auch Facebook seinen Einstieg in den Dating-Markt vorbereitet.

Kernaussagen in Kürze:

- Mehr als 200 Millionen Menschen tummeln sich weltweit jeden Monat auf digitalen Dating-Plattformen. In Deutschland nutzen 10 Prozent der Bevölkerung solche Angebote.
- Die Plattformen profitieren dabei von ihren Netzwerkeffekten. Der individuelle Nutzen einer Plattform hängt von der Zahl der Teilnehmer ab.
- Das „Matching“ funktioniert online besser als offline: Laut einer Studie mit 20.000 US-Amerikanern werden Ehen zwischen Menschen, die sich online kennengelernt haben, seltener geschieden.